

Memos in the contemporary circulation of Chaco and Corrientes

Silva Lotero, H. Nicolás

 **H. Nicolás Silva Lotero** 1nicosilva@gmail.com
UNNE, Argentina

De Prácticas y Discursos. Cuadernos de Ciencias Sociales

Universidad Nacional del Nordeste, Argentina

ISSN-e: 2250-6942

Periodicidad: Semestral

vol. 13, núm. 21, 2024

depracticasydiscursos.ces@unne.edu.ar

Recepción: 15 Octubre 2023

Aprobación: 02 Febrero 2024

URL: <http://portal.amelica.org/amelijournal/476/4764893014/>

DOI: <https://doi.org/10.30972/dpd.13217505>

Resumen: Nos acercamos al fenómeno mediático del meme como condensación semiótica compleja y de estatuto aún no consensuado. Proponemos abordarlo con las herramientas teórico-metodológicas que nos proporcionan Carlón y Fraticelli. Asumimos que nos encontramos en la era contemporánea, más allá de la era de los medios masivos. Los memes son un exponente de esta nueva etapa de la mediatización donde individuos y colectivos administran sus propios medios de comunicación. Luego, en forma resumida, expondremos el estado del arte del campo de estudio de los memes y dos consideraciones fundamentales: la influencia clave del arte contemporáneo y las consecuencias de la digitalización de la imagen.

En el segundo apartado avanzamos en el estudio de dos casos: el del ex decano de la Facultad de Humanidades de la Unne, Aldo Lineras (Chaco) y el del gobernador de Corrientes, Gustavo Valdés. Nos valdremos de esquemas temporales para visualizar la circulación de cada meme desde su respectivo origen: un audio de WhatsApp y una entrevista radial. También emplearemos esquemas espaciales para exponer la configuración de los colectivos comunicacionales construidos por los enunciadores *fake* productores de cada meme a partir de la apropiación del discurso de los individuos profesionales.

Concluimos que podemos estudiar los memes con herramientas de la semiótica de redes al permitirnos analizar casos con trayectorias disímiles. También al dar cuenta de la composición de los colectivos generados por estos memes, podemos focalizar la dimensión del poder, tanto el de los enunciadores como el de la circulación discursiva.

Palabras clave: memes, circulación, era contemporánea.

Abstract: We approach the media phenomenon of the meme as a complex semiotic condensation with a status not yet agreed upon. We propose to address it with the theoretical-methodological tools that Carlón and Fraticelli provide us. We assume that we are in the contemporary era, beyond the era of mass media. Memes are an exponent of this new stage of mediatization where individuals and collectives manage their own media. Then, in summary, we will present the state of the art of the field of study of memes and two fundamental considerations: the key influence of contemporary art and the consequences of the digitalization of the image.

In the second section we advance in the study of two cases: that of the former dean of the Faculty of Humanities of UNNE, Aldo Lineras (Chaco) and that of the governor of Corrientes, Gustavo Valdés. We will use temporal schemes to visualize the circulation of each meme from its respective origin: a WhatsApp audio and a radio interview. We will also use spatial schemes to expose the configuration of the communication collectives built by the fake enunciators who produce each meme based on the appropriation of the discourse of professional individuals.

We conclude that we can study memes with network semiotics tools by allowing us to analyze cases with dissimilar trajectories. Also by accounting for the composition of the collectives generated by these memes we can focus on the dimension of power, both that of the enunciators and that of discursive circulation.

Keywords: memes, circulation, contemporary era.

1. Presentación

Este artículo pretende ser un acercamiento desde la sociosemiótica de los medios y la semiótica de redes al fenómeno del meme desde una perspectiva focalizada en la circulación hipermediática del sentido (Carlón, 2020). A lo largo de los próximos párrafos iremos exponiendo las herramientas teóricas-metodológicas de base para el estudio y análisis de la circulación. Luego, brindaremos un bosquejo del “estado del arte” del campo de estudio de los memes y dos breves consideraciones sobre el arte contemporáneo como formateador de la cultura en la que se crean los memes y la digitalización de la imagen como aspecto clave. En un segundo momento, pasamos al estudio de dos casos ocurridos en Chaco y Corrientes, dos provincias colindantes del nordeste de Argentina, entre 2020 y 2021, momento marcado por la pandemia.

Nuestra hipótesis es que los memes son condensados semióticos altamente lábiles, objetos digitales propios de la era contemporánea. Hablamos de condensación porque no está consensuado aún qué estatuto le corresponde. Hay autores que hablan de un género, otros de un metalenguaje, otros lo remiten directamente al signo de Pierce, hay quienes lo focalizan en sus atributos metacomunicacionales y priorizan el estatuto del enunciador y lo inscriben dentro de la circulación hipermediática. Ni para el sentido común hay una definición de qué es, cuáles son sus límites y atributos más allá del modelo de imagen fija más texto. Pero sabemos que un meme puede no contar con dichas características. A nuestro entender, los memes (llamados también memes de Internet o i-memes) son una de las manifestaciones epocales más trascendentes y relevantes para el estudio de la comunicación contemporánea.

Su análisis requiere asumir la complejidad, alejándose de los estudios inmanentistas. Para ello, debemos considerar la condición hipermediatizada que ha adquirido la sociedad con la emergencia y consolidación de otros sistemas de mediatización, más allá de los medios masivos, basados en Internet y la telefonía móvil. Una de las grandes transformaciones ha sido el ascenso de los individuos y colectivos a la producción discursiva y la incorporación de prácticas como subir y compartir en redes sociales mediáticas (Carlón, 2023; Fraticelli, 2023).

Nuestro trabajo suscribe a la perspectiva de Carlón y Fraticelli que entienden que los memes –y las imágenes contemporáneas en general– no pueden ser estudiados ni explicados fuera del análisis de la circulación del sentido, del estatuto del enunciador y su régimen de creencia (Carlón, 2020b, 2023a, 2023b; Fraticelli 2019, 2023). La circulación en tanto diferencia entre la instancia de producción y reconocimiento se ha transformado en el pasaje de la era de los medios masivos a la era contemporánea. El cambio fundamental es que individuos y colectivos ya no están sólo en reconocimiento, sino que están en producción-reconocimiento. Esta es una condición básica que habilitó la producción de los memes al darle acceso a millones de enunciadores a vastos cúmulos de imágenes digitales fáciles de manipular y sin mayor control de instituciones ni medios masivos. Estos en la etapa anterior fueron conceptualizados como “poderosos” y en producción, encargados de gestionar el acceso a las imágenes (Carlón, 2016, 2020a). Además, eran los únicos capaces de producir colectivos (Verón, 2013).

El meme debe ser circunscrito en cada caso a una escena comunicacional –de circulación– donde se construye un colectivo específico: el colectivo comunicacional hipermediático. Por ello, se toma en cuenta el emplazamiento mediático, los giros, flujos y reflujos de sentido que se dan en la circulación de un meme. Es importante conocer el estatuto del enunciador porque en la era contemporánea la producción de colectivos dejó de ser una prerrogativa de las instituciones y los medios masivos: individuos y colectivos al administrar sus propios medios son capaces también de crearlos (Carlón, 2020). En el caso del meme, la cuestión de quién lo enuncia es clave porque “siempre se emplaza en una cuenta y esto transforma su carácter risible” (Fraticelli, 2023, p. 69). De lo contrario, lo que ocurre es que termina haciendo una descripción de procedimientos textuales sin asidero en la vida social. A lo largo de una circulación, la configuración del colectivo puede transformarse dependiendo de la intervención de un enunciador, como veremos en el segundo y tercer apartado.

Los casos que presentaremos, tanto la circulación como el estatuto de los enunciadores, tienen sus particularidades dado que, aunque en un caso es un individuo y en el otro un colectivo fake, en ambas observamos la incongruencia entre el propietario de la cuenta y el principal enunciador. “La no identidad entre el enunciador de la cuenta y su propietario es una condición necesaria para que se construyan enunciadores hipermediáticos cómicos en instancia de producción” (Fraticelli, 2021, p. 123).

El primer caso se produce en Chaco el 9 de marzo de 2020, cuando el entonces decano de la Facultad de Humanidades de Universidad Nacional del Nordeste (Unne), Aldo Lineras, envía un audio de WhatsApp alertando que el primer caso de coronavirus de la provincia –una becaria– estuvo en el edificio del Campus Resistencia. El mensaje de voz derivó en una serie de memes a cargo de un colectivo fake llamado Semánticas del desequilibrio, como así también por individuos amateurs, con alusiones a escenas y diálogos de Los Simpson. El otro caso ocurrió el 27 de mayo de 2021, minutos después de que el gobernador de Corrientes, Gustavo Valdés, dijera por radio que inició las gestiones para la compra de una vacuna con fondos propios, lo que fue retomado en Twitter (hoy X) por la cuenta fake de un individuo profesional quien confeccionó un meme

en el que se lo ve emulando a Putin, montando a un oso pero esta vez arriba de un carpincho.



Figuras 1 y 2. Memes del gobernador Valdés originado en Twitter y del decano Aldo Lineras en Facebook.

Anticipando nuestras conclusiones, sostenemos que el estudio de los memes debe ser circunscritos a un análisis que atienda a la construcción de colectivos hipermediatizados al considerar la interacción entre sistemas de mediatización y el estatuto de los enunciadores (si son individuos, colectivos, medios masivos o instituciones) para evidenciar lo que los estudios inmanentistas obvian: el desfase perpetuo entre las instancias de producción y reconocimiento. Ahí está el aspecto clave para captar la diferencia en una época donde la imagen está supeditada a la producción discursiva de individuos y colectivos que administran sus propios medios de comunicación. Y por lo tanto a la dimensión del poder.

1.1. Aproximación al campo de estudios de los memes

En la obra de Dawkins (1976) es donde emerge el concepto de meme como una “unidad de replicación cultural”. El autor norteamericano postula la pertinencia de la memética como un campo de estudio específico y correlato cultural de la genética. El meme como un gen de la cultura que cumple las mismas funciones básicas que el gen biológico: fecundidad, longevidad y fidelidad de la copia. Con i-memes esta conceptualización fue retomada por otros investigadores como Knobel y Lankshear (2007) y Shiftman (2014), que se han centrado en esas tres cualidades. El problema es que estas tres cualidades no siempre se cumplen y de hacerlo no es una calidad específica del meme, sino de casi cualquier objeto digital. En 2013 Dawkins afirmó que su concepto había sido “secuestrado” por otros académicos que desvirtuaron su propuesta teórica de abordar la cultura desde una perspectiva biologicista.

Kilpinen (2008) también retoma a Dawkins para confrontarlo con la semiótica de Peirce y en definitiva considera que el meme no es una novedad, sino un nuevo avatar del signo peirceano. En igual sentido, Formi (2019) considera que memes y genes son signos en sentido peirceano: algo que está en lugar de otra cosa.

Pérez Salazar, Aguilar Edwards y Guillermo Archilla (2014) también siguen la línea de Dawkins, pero apartándose de algunas de sus consideraciones al estudiar Harlem Shake, un tipo particular de meme que no es una imagen fija, sino un video corto. Buscaron conocer los significados grupales que el meme genera, así como los usos y apropiaciones de la comunidad interpretativa. Simonitti (2021)

toma los memes como objetos culturales que generan narrativas identitarias y representaciones grupales capaces de movilización crítica. Solá-Morales (2020), desde un abordaje retórico e intertextual, propone entender los memes desde su capacidad de persuasión emocional e irónica.

Por otra parte, Jost ([2022] 2023) nos alerta sobre el peligro de los memes en tanto vehículos de desinformación y de exclusión cuando el sentido humorístico de los mismos queda encerrado en una comunidad que segrega al resto que no entiende el chiste.

Escudero plantea que el meme es un género de época que reenvía al concepto de interpretante de Peirce, dado que se trata de un signo que produce un hábito (compartir) y forma una comunidad capaz de crecer y expandirse. “Los memes son artificios semióticos, son monedas de sentido puestas en circulación para ser intercambiadas. La forma misma de la memesidad es la proliferación y la repercusión” (Escudero, 2021, p. 168).

Bitonte y Siri (2021) sostienen que los memes de Internet son textos simples y condensados que enfocan y magnifican una amplia gama de fenómenos culturales populares digitales. Además, los memes ilustran operatorias muy complejas con una enorme brevedad, usualmente en forma efímera y anónima. Consideran que los memes ponen en funcionamiento las tres dimensiones peirceanas: la primeridad de la semejanza, la secundidad del contacto y la terceridad de la regla.

En el ámbito de la Unne existe un antecedente de estudio sobre memes, focalizado en la política en la provincia del Chaco (Rozé Pratesi, 2022).

1.2. El arte en el origen de los memes

Consideramos que los memes son un signo de época. La novedad del meme tiene que ver con la periodización de la mediatización que nos propone Carlón (2016). Podemos identificar tres grandes períodos: era pre-mediática (antigüedad hasta el siglo XIX), era de los medios masivos (siglos XIX y XX) –al interior de la que se da la distinción entre sociedad mediática (modernidad) y mediatizada (posmodernidad)– y era contemporánea (siglo XXI). El meme es un emblema de la contemporaneidad y de sus prácticas/hábitos fundamentales: subir y compartir.

Como señala Carlón (2014), la cultura contemporánea está formateada por el arte contemporáneo, ya que las principales operaciones estéticas puestas en juego en la producción de sentido por las principales vanguardias del siglo XX (fundamentalmente Dadá y Surrealismo) son hoy cotidianamente puestas en práctica por individuos y colectivos. Son como mínimo tres: apropiación, intervención y montaje. Las hallamos en la base de la producción de memes en redes, sitios web especializados (Reddit) o aplicaciones de mensajería individual/grupal (WhatsApp). También las advertimos en los dos casos que en breve pasaremos a analizar.

Encontramos retomas intertextuales entre los memes y algunas producciones artísticas muy conocidas. Por ejemplo, las obras de Grette Stern, en particular la serie de fotomontajes Sueños publicada en la revista argentina *Idilio* en la década del 60. En esa serie se aprecia el empleo de las operaciones antes mencionadas, principalmente el montaje y otras como la miniaturización.



Figuras 3, 4 y 5. Operaciones en el origen de los memes. Höch, Stern y Heartfield. Fuente: Google. Google.

A las obras de Stern se suman las de Marcel Duchamp, Hannah Höch y Jonh Heartfield, quienes también usaron estos procedimientos para sus obras artísticas cargadas de humor y denuncia política, moral e ideológica. Estas operaciones productoras de sentido empezaron como manifestaciones aisladas para después, entre las décadas del 50 y 80, congregarse en el mundo del arte, luego pasaron a ser parte de la cultura masiva y finalmente fueron tomadas y utilizadas a diario por los enunciadores individuales y colectivos que procesan la realidad del offline y de los medios masivos a través de sus cuentas en las redes sociales y por fuera del control institucional.

1.3. Digitalización y fin de la indicialidad fuerte

Por supuesto que este primer acercamiento desde lo artístico y visual sobre el fenómeno del meme es insuficiente y la razón más evidente es que dichos procedimientos fueron empleados en una era anterior donde predominaba lo analógico frente a lo digital, las imágenes eran construidas con tijeras y pegamento. La expansión de lo contemporáneo más allá del mundo del arte se produce una vez que Internet alcanza escala global y comienza una progresiva digitalización de todos los discursos de la vida (entre ellos, las imágenes), a la par que se desarrollan programas de computadora (y ahora también aplicaciones para celular) que habilitan la manipulación de imágenes digitales o digitalizadas mediante procedimientos como el cortar y pegar (Manovich, 2006).

La digitalización de todos los discursos produce una transformación del flujo de materialidades disponibles y un aumento exorbitante de las imágenes que llevaron tempranamente a algunos autores a hablar de “cultura visual” (Mirzoeff, [1999] 2003, p. 17). Pero sobre todo lo que ocurre en la era contemporánea con la digitalización de la vida es un cortocircuito en la indicialidad, dimensión semiótica de Peirce que reenvía a la secundaria del contacto, la contigüidad y la polaridad. Los medios masivos durante su era habían basado su poder en esa capacidad de construir realidad, de articularse con la vida social para dar cuenta de ella hasta contenerla como ocurrió con el directo televisivo.

En la era contemporánea se abandona el ideal de dar cuenta fielmente de la vida y la naturaleza, proyecto que comienza en la antigüedad y se retoma en el renacimiento. Las imágenes se vuelven medio de expresión antes que medio de registro. Ello implica el fin de la indicialidad fuerte y suspensión del régimen de creencia que había hecho poderosos a los medios masivos. Un meme –o una

imagen creada con inteligencia artificial– obliga al ser visto a preguntar ¿cuál es su estatuto?

2. Estudio de casos

A continuación, presentamos los dos casos para ejemplificar nuestra postura y enfoque sobre los memes. Cada caso será presentado siguiendo la siguiente estructura: síntesis de la circulación, exposición de memes, de esquemas temporal y espacial (Carlón, 2020), principales resultados del análisis con el modelo.

2.1. Memes del decano Lineras

Empecemos por el caso cronológicamente más lejano: la serie de memes dedicados al por entonces decano de la Facultad de Humanidades de la Unne, Aldo Lineras, luego de que la noche del 9 de marzo de 2020 avisara a los miembros de la comunidad a través de un mensaje de voz por WhatsApp que una becaria tenía coronavirus y había estado en las instalaciones del Campus Resistencia, capital de Chaco. Lineras llevó tranquilidad al avisar que suspendían las actividades presenciales y se tomaron las medidas necesarias. El sentido comenzó en el underground, un tercer sistema de mediatización que funciona debajo de las redes y cuyo acceso es restringido dadas las condiciones de circulación particulares (Carlón, 2022b) para pasar en cuestión de horas a los medios masivos y las redes mediáticas, donde entre las retomas hubo una secuencia de memes paródicos hechos por individuos amateurs y un colectivo fake llamado Semánticas del desequilibrio, pero luego ocurre un giro de sentido con la intervención del gobernador del Chaco, Jorge Capitanich, que hace que el humor cese y crezca el miedo y el enojo [elemento extraído para la evaluación].

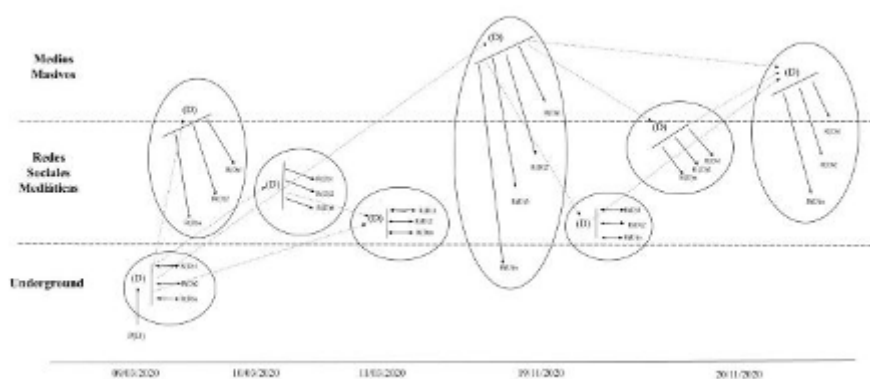


Gráfico 1. Circulación del sentido del caso 0 a partir del audio de Lineras.
Elaboración propia.

Nos concentramos en una sola fase de la circulación del sentido: los memes inspirados en Lineras. Resulta importante focalizar en esta producción porque expone algunos elementos centrales de las prácticas contemporáneas: la apropiación de un discurso serio de un individuo profesional y categorizado, para parodiarlo a través de la creación y difusión de memes muestra la estrategia

de ciertos individuos (algunos identificados como estudiantes de Humanidades de la Unne, otros no) y un colectivo mediático pre-existente de estatuto fake también ligado a la institución. Estos se valieron del humor para sobrellevar una situación crítica como la llegada del virus por entonces desconocido a un ámbito tan cercano, además para demostrar su cariño al decano, con trayectoria como docente en la carrera de Letras, y su particular gesto de aviso y cuidado a la comunidad académica.

En el siguiente gráfico exponemos esa fase específica de la circulación de sentido que ocurre luego de que el audio de WhatsApp saliera de los límites de la comunidad generando un colectivo comunicacional mucho más amplio, que incluyó a los medios masivos. A su vez, hacia adentro –entre el colectivo formal de estudiantes de la Facultad de Humanidades– comenzó a gestarse una serie de apropiaciones paródicas del decano con el que mantienen una suerte de relación amor-odio a través de un abordaje humorístico que puede contener elementos positivos o laudatorios.

En este caso, los memes son generados a partir de escenas de Los Simpson, lo que supone que quien esté en reconocimiento sea parte de esa comunidad más amplia, que la conoce de antemano y sabe dónde está el chiste. La mayoría son intervenciones mediante incrustación del rostro de Lineras y un texto que remite al diálogo original, pero con las variaciones pertinentes para recontextualizarlo a la situación específica.

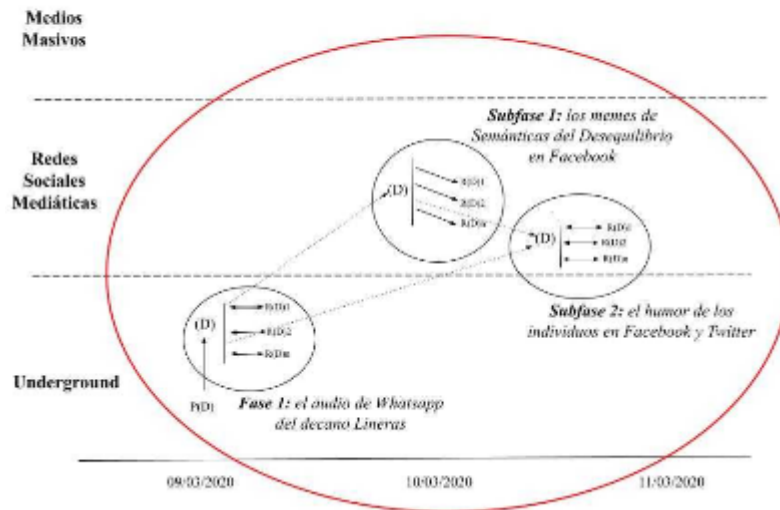


Gráfico 2. Fase de la circulación de los memes de Lineras. Elaboración propia.

Como vemos en este acercamiento a la fase que podemos distinguir como el giro humorístico del sentido en la circulación, primero el discurso surge en el underground donde pasa de una comunicación horizontal entre pares a una ascendente, dado que el sentido viaja del underground a los otros dos sistemas de mediatización (redes sociales y medios masivos). Aquí nos importan las dos subfases que se dan en las redes sociales mediáticas.

La primera subfase es la apropiación que hace la cuenta Semánticas del desequilibrio, un colectivo fake en redes (Facebook y Twitter) que comenzó a producir memes al día siguiente del audio y que se extendieron durante 3 días, con una o dos publicaciones diarias. En casi todas, el protagonista es Lineras (excepto una donde lo protagoniza la Unne). La primera que hemos expuesto (Figura 2) se observa al decano puesto en una escena de Los Simpson de la reunión de exploradoras. El decano reemplaza al alcohólico Barney Gómez (o Barney Gumbel) en un diálogo adaptado (que no es inserto en la imagen, sino que está por fuera e interactúa con ella, aunque es evidente que hay autonomía suficiente de la imagen para significar sin un texto escrito que acompañe dado el saber sobre Los Simpson antes mencionado). Dice textual:

- Hola, soy Aldo Lineras. Vengo a pedirles que difundan la noticia del caso de coronavirus de la Unne.
- Pero señor Lineras, esto es una reunión de exploradoras.
- ¿Es eso o no pueden admitir que estudian en Humanidades?

Este es el procedimiento habitual en la secuencia: desdoblamiento de imagen y texto, las que no obstante mantienen un vínculo mediante el enunciador, que es lo que los une por estar tanto imagen como textos insertos dentro del campo que hace al dispositivo de enunciación de la cuenta en tanto lugar propio de la palabra y de la visualidad del enunciador (Fratlicelli, 2023). En cambio, en otros memes también publicados por Semánticas del desequilibrio a través de cuenta paralela A la grande le puse desequilibrio, el texto sí está inserto en la imagen:



Figuras 6. Meme con texto inserto y cómo aparece en el dispositivo de enunciación. Facebook.

Detengámonos un momento en la figura del enunciador fake Semánticas del desequilibrio y su alter ego, que fue el principal creador y divulgador de estos memes, al punto de hacer uno a pedido de uno de los hijos de Lineras, Lucio, al que hasta arroba y este megustea los memes exponiendo la cercanía y el conocimiento que el decano alcanzó a tener de estos memes. Esto muestra hasta qué punto se generó un vínculo colectivo a través de los memes.

Semánticas aparece como un colectivo mediático fake en tanto existe en la mediatización y no fuera en el offline y al no dar a conocer su identidad fuera de la red, su estatuto es anónimo. No obstante, si se indaga, puede reconstruirse la trayectoria de este enunciador colectivo que fue en principio una revista digital que reunió a estudiantes y docentes de la carrera de Letras y la Facultad de Humanidades que conforman un colectivo vinculado a esta disciplina y tuvieron como canal de expresión primero un blog y luego una revista (que llegó a ser impresa) y finalmente en Facebook y Twitter. En el caso de Facebook, la cuenta cambió de nombre a A la grande le puse desequilibrio, en alusión también a otra

escena conocida de Los Simpson, del capítulo en el que Homero es conductor del monorraíl de Springfield. La intervención de esta cuenta puede apreciarse por ejemplo en la **Figura 6** de arriba.



Figuras 7, 8 y 9. Otros memes de la producción del colectivo fake. Facebook.

Al tratarse de un colectivo que ya estaba establecido y que tenía sus seguidores, y había producido otra discursividad previamente, la dirección comunicacional no era entre pares, sino con tendencia a ser descendente. El enunciador distribuye el contenido hacia un colectivo de individuos que se apropia de múltiples formas, dando me gusta o compartiendo los memes, apropiándose los al descargarlos o hacer captura de pantalla, y llevándolo a otras redes o incluso al underground (a WhatsApp nuevamente). Es decir que, por un lado, existía ya un vínculo que se refuerza porque la serie de memes pone en juego a una figura conocida tanto para el enunciador como para los enunciatarios. Además, propone un contexto común para el procesamiento de un acontecimiento (el primer caso de coronavirus en el Chaco y en la Unne) mediante los recursos del humor, como apelar a preconstruidos culturales para deformarlos en la creación de una narrativa/mundo incongruente y paródica (Escudero, 2021).

Es interesante ver que el proceso no implica necesariamente una expansión del colectivo más allá de los confines previamente delimitados. No hay retomas desde otros sistemas de mediatización, no hay salto hipermediático de los memes. En cambio, los medios masivos sí tomaron el audio de Lineras como fuente de información fidedigna. Semántica no se convierte en enunciador hipermediático grado 2, como sí lo había hecho Lineras con su audio, su producción memética queda así confinada al colectivo de seguidores que se ve reforzado a partir de la posibilidad de reírse de una figura de autoridad común a la que este colectivo amparado en el anonimato parodia y satiriza.

No obstante, queda en evidencia la pertenencia institucional de quienes gestionan la cuenta más allá del ocultamiento deliberado de identidad y la pertenencia a un colectivo formal de estudiantes de Humanidades. Son parte de una comunidad que tiene límites porque no todos más allá del Chaco y Corrientes, incluso solamente en la Unne, entenderían el chiste, justamente los preconstruidos culturales hacen sostenibles los memes al volcar el contenido semántico en un molde ya establecido por un colectivo (un interpretante) más amplio: los fans de Los Simpson.

El vínculo entre el enunciador Semántica y su colectivo queda en evidencia tanto por ciertos enunciados del propio colectivo como “a pedido del público” y “bueno, prometo que este es el último”, donde incluso el enunciador utiliza el signo asterisco (*) para abrir y cerrar esas frases y no confundirlas con los diálogos que van por fuera de la imagen y que configuran el meme completo, tal como lo vemos en la interfaz de la pantalla. También cuando uno de los

hijos de Lineras es presentado como solicitante de un meme específico, por lo tanto miembro del colectivo, llegando el vínculo comunicacional a niveles de proximidad imprevistos.

Pero no fue sólo este colectivo fake el que intervino en la circulación y produjo memes. También individuos amateurs no categorizados que integran el colectivo formal de estudiantes de Letras e individuos fake (como la cuenta @Calber, que no explicita quién es en el offline). En la misma corriente de sentido que estamos analizando estos se apropian de los memes o crean los propios para elogiar con el humor la actitud seria y paternal del decano de Humanidades. Estos memes como los anteriores sólo pueden ser comprendidos en la circulación del sentido que venimos mostrando y que focalizamos en tres momentos, este sería el último en el gráfico especial delimitado por la elipsis roja (ver Gráfico 2).

Aquí, la subfase 2 opera en una dirección comunicacional horizontal y entre pares, tanto en la red social Facebook como en Twitter, donde individuos replicaron los memes de Semánticas o crearon otros tanto valiéndose de imágenes de Los Simpson como de diálogos de la serie. Es el caso de la Figura 11, que directamente es un tuit, un texto sin imagen que remite al mismo diálogo que está inserto en la imagen del meme de la Figura 6. La pregunta de si la Figura 11 es o no un meme ha sido recientemente planteada por Siri (2023), quien los clasifica como “objetos digitales que circularán viralmente y no son memes”.



Figuras 10 y 11. Intervención de individuos (amateurs y fakes) apropiándose. Facebook y Twitter.

Justamente, las Figuras 6 y 11 exponen esta lógica, dado que es imposible entender cualquiera de ellas (y ellas entre sí) sin los reenvíos a Los Simpson, a la escena original televisiva, a su doblaje al español y en última instancia a la era de los medios masivos y la cultura de masas que dominó la escena comunicacional de la modernidad y posmodernidad.

Antes de pasar al estudio del siguiente caso, nos detendremos en el análisis espacial de estos memes. Si nos detenemos en esta fase –ver Gráfico 2– del momento humorístico de toda la circulación –ver Gráfico 1–, podemos con el análisis espacial disponer a los enunciadores que participaron a partir de las valoraciones hechas y que se materializan en los memes, pero también en comentarios, me gustas y compartidos (retuits). De este modo, podemos graficar desde otro ángulo el complejo proceso de intercambios que se dio luego de la puesta en circulación del audio del decano Lineras y las retomas hechas por Semánticas y los individuos amateurs que conformaron un colectivo comunicacional (interpretante).

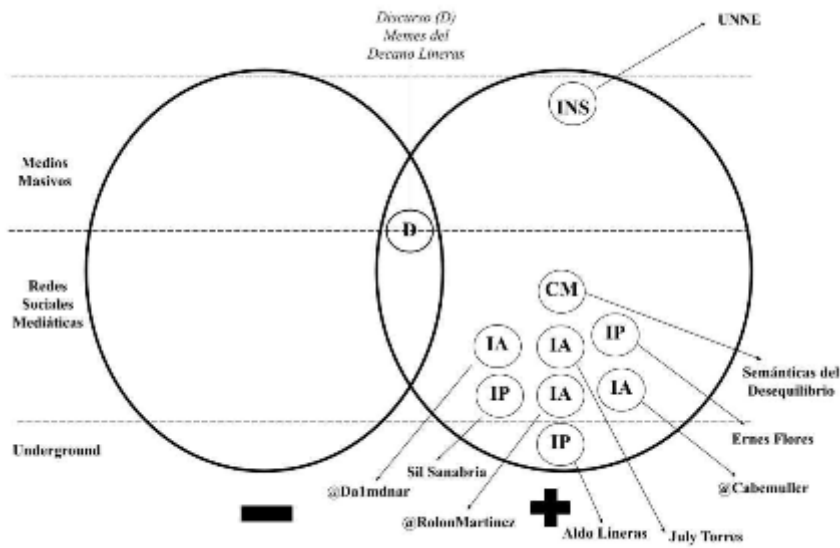


Gráfico 3. Esquema espacial de la circulación de los memes del decano Lineras.
Elaboración propia.

El colectivo se configura en el sector de las valoraciones positivas, dado que los memes no buscan dañar a Lineras, sino que se valen del humor – como metacomunicación– para realizar dos operaciones complejas: afrontar la cercanía del coronavirus y agradecer al profesor por avisar, por mostrarse preocupado por sus estudiantes, colegas y demás miembros de la comunidad. Esta cualidad metacomunicativa es tomada por Fraticelli para enfatizar que lo reidero “se instituye en procedimientos comunicacionales que se refieren a la propia comunicación. Así se construye un horizonte de expectativa que posibilita a los actores del intercambio situarse, percibir y otorgar sentido a sucesos que de otra manera carecerían de él” (Fraticelli, 2023, p. 53). Podemos observar que el colectivo está constituido por individuos amateurs y profesionales (IA y IP), como así también por un colectivo mediático (CM) y un institución (INS), al estar focalizada en esta fase no aparecen aún los medios masivos ni el gobernador Capitanich, dado que cada una de sus intervenciones generará otros giros de sentido con cambios de valoraciones donde el humor queda progresivamente relegado [elemento extraído para la evaluación].

Sin embargo, podemos observar la heterogeneidad de los enunciadorees que participan del colectivo hipermediatizado: a partir de la apropiación de un discurso serio de un individuo profesional, un colectivo fake construye otro colectivo en el seno de una comunicación mediante la producción de memes que permiten procesar la situación de crisis, otros individuos harán lo mismo desde sus cuentas en redes sociales mediáticas en clave humorística laudatoria, en favor del decano Lineras y por extensión a la Unne. Los memes de Lineras fueron el catalizador que encontraron los individuos y colectivos –formales y mediáticos– interpelados por la llegada del coronavirus al Chaco y a la universidad.

2.2. Meme del gobernador Valdés

Pasemos al segundo caso. Ahora nos concentramos en una producción discursiva emergente el 27 de mayo de 2021 en Twitter, donde un individuo profesional publicó un meme del gobernador de Corrientes, Gustavo Valdés, arriba de un carpincho con una vacuna gigante en la espalda. El meme se dio a conocer en un contexto donde la pandemia por el coronavirus aún se mostraba fuerte. El tuit incluía el enlace a una noticia del portal digital de la radio LT7, donde el mandatario provincial ratificaba en una entrevista a dicho medio radial su intención de adquirir vacunas por cuenta propia, lo que finalmente desistió.

El caso muestra las operaciones estéticas de las que se valen los individuos al momento de producir memes y nos permiten estudiar la escena comunicacional contemporánea en la que un individuo es capaz de generar un colectivo comunicacional.

Aquel día a las 9.38 la cuenta fake @petrugenio publicó en Twitter un meme del gobernador Valdés donde se lo ve arriba de un carpincho y con una vacuna gigante en su espalda. La imagen es un remix de otro meme bastante famoso: el del presidente de Rusia, Vladimir Putin, arriba de un oso. La cuenta pertenece al periodista correntino Diego Petruszynski, un profesional de la comunicación local, pero no se identifica con él directamente, sino mediante una distancia cómica (@petrugenio es “periodista”), aunque conserva y conviven ambas nominaciones: nombre del propietario y nombre de la cuenta.

La operación consistió en el retuit de la cuenta de la radio LT7 (con la que Petruszynski tiene una relación laboral) a la que adicionó el fotomontaje por él creado mediante el programa Photoshop a partir del meme de Putin. Como único elemento icónico-simbólico empleó sólo un emoji:



Figura 12. Captura de pantalla del tuit de @petrugenio. Twitter.

Si comparamos con la primera imagen del meme –véase **Figura 1**–, esta otra se aproxima más a la visión que uno tiene al recorrer un muro de Twitter a través de la pantalla de un celular, por ejemplo. Es decir, el meme nunca aparece sólo, sino que hay un marco en el que es interpretado y donde conviven otros elementos significantes como el nombre de la cuenta, su imagen, lo escrito (que a veces

funciona como parte del meme, como vimos en el caso anterior). Por lo tanto, con sólo contemplar la imagen aislada se diluye la capacidad interpretativa, el contexto y el sentido atribuido por los enunciadores que constituyen el colectivo.

Empezamos por el esquema de análisis temporal. Este nos permite una primera visión de la circulación de sentido que da origen al meme de Valdés. Vemos cuatro condiciones de producción –representadas por la fórmula P(D)– fundamentales y distribuidas a lo largo de un periodo que va desde 2009 a 2021. Es por ello que se han puesto en el gráfico dos grandes barras verticales para dar cuenta de brechas temporales entre uno y otro. P(D)1 es la fotografía original de Vladimir Putin a partir de la que se creó toda una gama de memes; P(D)2: los memes que en 2016 comenzaron a hacerse conocidos primero en el sistema de las redes sociales mediáticas y luego en el sistema de los medios masivos; P(D)3: las declaraciones radiales del gobernador Valdés; P(D)4: el tuit de la emisora radial LT7 que reproducía en formato informativo con un enlace a su sitio web.

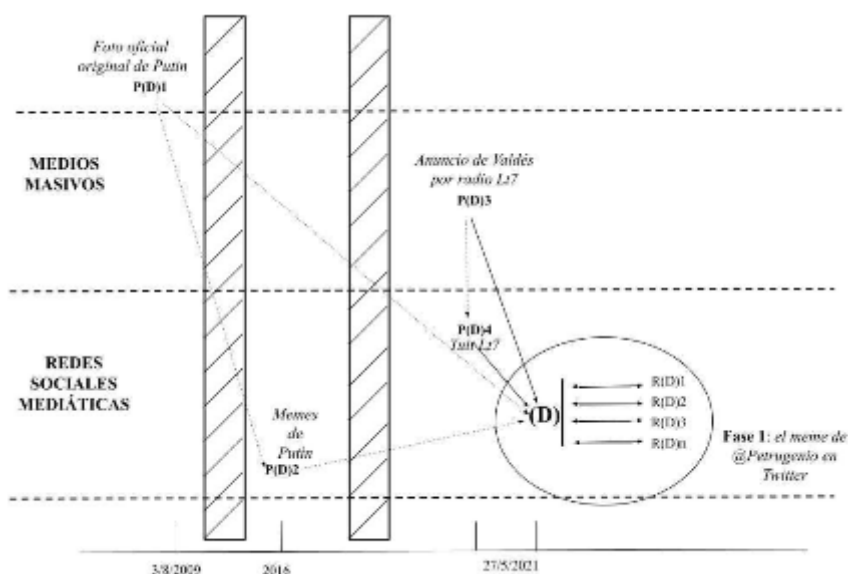


Gráfico 4. Análisis temporal de la circulación del meme del gobernador Valdés.
Elaboración propia.

Estas cuatro condiciones de circulación tienen direcciones comunicativas diferentes y vinculaciones entre sí –de las que damos cuenta mediante las flechas de puntos–. La fotografía original de Putin que da origen al meme es parte de una serie de imágenes tomadas en Siberia el 3 de agosto de 2009 por el fotógrafo Alexey Druzhinyn para las agencias de noticias rusas EPA/RIA Novosti, en las afueras de la ciudad de Kyzy, República de Tuvá. Las fotografías fueron distribuidas por estas agencias de diarios y sitios web de noticias de todo el mundo, su dirección inicial fue por lo tanto descendente. Una vez a disposición de individuos y colectivos en Internet, las imágenes fueron sometidas a manipulación. Los memes de Putin invirtieron la dirección comunicacional de origen y pasaron a ser ascendentes, al punto de ser tomado en cuenta por los medios, instituciones (como museos de arte contemporáneo) y hasta el propio Putin.



Figuras 13, 14 y 15. Foto original, primer meme y variación argentina.
Google.

Por otra parte, las condiciones de producción referidas al gobernador Valdés se articulan entre sí a partir de la consecución de interacciones discursivas que suponen también un salto hipermediático de “arriba hacia abajo” (de los medios masivos a las redes) en un comprimido lapso temporal. A las 8.30, Valdés es entrevistado por la emisora LT7. Durante la conversación que gira sobre la situación sanitaria de la provincia, el mandatario comenta su intención de adquirir vacunas por cuenta propia. Estas expresiones son tomadas por el equipo responsable de la actualización del portal de noticias de la radio, quien sube la noticia a las 9 y la réplica en las redes. Entonces se produce la apropiación de @petruenio que reúne en el meme discurso informativo, político y humorístico. Pero @petruenio no produce un salto de escala hipermediático y permanece en una relación intrasistémica.

Nos detendremos en el momento posterior al tuit, que en el gráfico anterior está marcado por una elipse: nuevamente observamos un cambio en la dirección comunicativa, ya no vemos ni ascendente ni descendente, sino horizontal, entre pares. ¿Por qué no es descendente? Porque si bien estamos ante un usuario profesional que se desempeña en medios, no se vale de la lógica de los medios masivos y el discurso asertivo de la información. Además, a diferencia de Semánticas, @petruenio no tiene un colectivo de seguidores previo, dado que en su discurso diacrónico del timeline de Twitter se cruzan distintas discursividades, desde lo biográfico a lo profesional/institucional, desde el humor del meme a la seriedad de algún hecho periodístico relevante. @petruenio es un enunciador mediático que no construye su identidad por referencia a Petruszynski, sino por alternancias en sus publicaciones.

El punto clave está en la operación semiótica de insertar como único elemento expresivo-subjetivo el emoji del gesto de la duda (la carita con los dedos pulgar e índice debajo de la boca). El enunciador @petruenio se presenta como alguien que no sabe, no como un periodista portador de la verdad informativa. Al articular emoji, meme y retuit, enuncia un tipo de distancia. Aquí el enunciador al expresar el gesto de la duda sobre lo que ha dicho Valdés por radio no se hace cargo ni de la información ni de la promesa del anuncio del gobernador. Entonces queda en posición de igual (simetría) con el resto del colectivo comunicacional, no busca distinguirse por la asimétrica del que sabe, sino mezclarse en el humor entre pares. Sube y comparte un meme con los demás enunciadores. Esto posibilita y potencia la dirección comunicativa horizontal.

El enunciador @petruenio surge como una incongruencia entre su figuración en las redes y el propietario de la cuenta —el ser viviente que la administra—, pues no hay relato autobiográfico que una en un pacto las figuras de autor, narrador

y personaje; al contrario, hay distinción y distancia del enunciador @petruigenio respecto a Diego Petruszynski que se advierte en el uso de las dos identidades en simultáneo (nombre de la cuenta y nombre del usuario) y en la foto de perfil. Es la foto de una sombra, la sombra de Petruszynski; su doble icónico-indicial. Focalicemos ahora en el análisis espacial para ver con mayor detalle cómo se constituyó el colectivo comunicacional en torno al meme de Valdés (UCR-Cambiamos). Digamos desde ya que se trata de un meme que exalta la imagen de Valdés, uno de los gobernadores mejor ponderados en las encuestas sobre gestión difundidas a lo largo de la pandemia, es una representación humorística laudatoria (Fratlicelli, 2022) y por lo tanto la gran mayoría de los enunciadores que participan se posicionan en el lado de la valoración positiva. Esto no impidió que ciertos enunciadores individuales politicen el meme al construir como adversario al gobierno nacional (PJ-Frente de Todos).

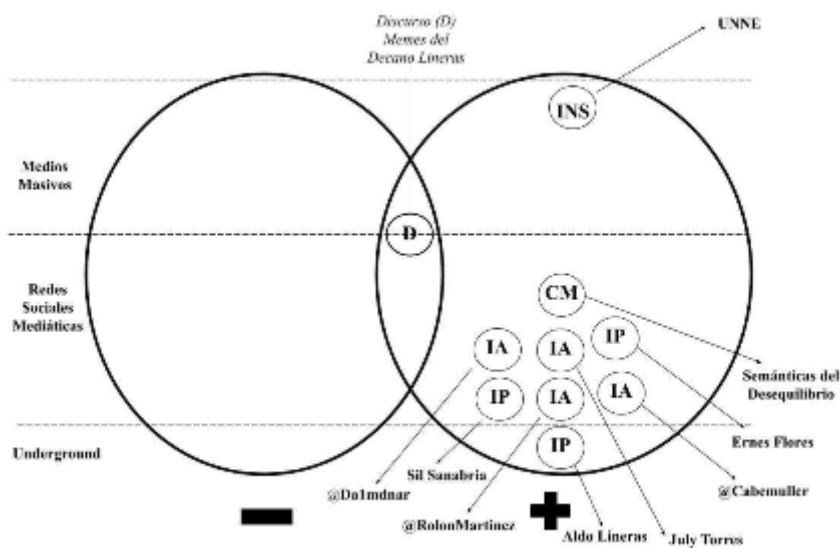


Gráfico 5. Análisis espacial de la circulación del discurso “meme gobernador Valdés”.
Elaboración propia.

El esquema de análisis espacial nos permite hacer acercamientos en momentos determinados de la circulación. Nos detendremos en el momento después del tuit donde @petruigenio sube el meme de Valdés y lo comparte. Para ello, se disponen a los distintos participantes del colectivo comunicacional según la valoración positiva o negativa del discurso de referencia.

Hay un pasaje intersistémico desde un medio masivo (radio LT7) a una red social mediática (Twitter). Cuando observamos ese momento, podemos advertir que el colectivo comunicacional estuvo conformado principalmente por individuos. Los que podemos distinguir entre profesionales (IP) y amateurs (IA). Esta distinción tiene su importancia pues nos permite ver la amplitud que genera el foco de interés. Los IP se presentan asimismo como tales, dicen ser abogados, contadores, odontólogas o relacionistas públicos; los IA, en cambio, no construyen su figuración en la red a partir de la profesión, sino que lo hacen a partir de su rol familiar, sus gustos alimentarios o musicales o sus afinidades políticas. En ciertos casos, los IA son fakes que se presentan con nombres de

fantasía, fotos de animales, imágenes de dibujos animados o personajes de manga japonés.

Como se observa en el gráfico, casi todo el colectivo se volcó hacia el lado positivo en tanto que no formuló críticas, sino al contrario, reaccionó con me gusta y retuit, dando cuenta del lazo de aprobación tanto al montaje de @petrugenio en tanto cómico y a la vez una validación de la decisión de Valdés. Esto es lo que Fraticelli denomina “humor laudatorio”, porque “su ridiculización es una confirmación de su positividad” (Fraticelli, 2022, p. 140).

Distinguimos entonces dos modalidades enunciativas entre los miembros del colectivo. Por un lado, los imitadores, quienes “replican los motivos temáticos que aparecen en el post” y constituyen la gran mayoría del colectivo, son quienes replican con el retuit o dan me gusta. Se trata de individuos que sienten cierta afinidad hacia el gobernador radical. Por el otro, encontramos la figura del argumentador lógico que “arma su adversario y argumenta su elección” (Slimovich, 2012, pp. 149-150).

En el **Gráfico 5**, el enunciador individual @lulytalo sólo está en posición negativa (-) por enunciar explícitamente que hay un adversario y criticarlo. “Es verdad, el gobierno nacional no le está dejando comprar”, respondió al tuit del productor del meme. La cuenta @lulytalo, perteneciente a Angie Aguirre Azulay, quien se identifica con ese nombre de perfil de Twitter y Facebook, pero no usa una imagen propia, por lo que ocurre algo similar a @petrugenio con un estatuto ambiguo dada la copresencia de elementos incongruentes entre la cuenta y el propietario de la misma. Es un individuo amateur no categorizado quien reintroduce el discurso político al construir un adversario, corriendo el sentido del humor y la información. Es el gobierno nacional el que impide a Valdés conseguir las vacunas.

3. Consideraciones finales

La diferencia en la circulación de cada uno de los casos nos muestra la capacidad de los esquemas que propone Carlón y Fraticelli para estudiar distintos fenómenos desde el enfoque de la circulación aun cuando los procesos son en su origen tan diferentes como un audio de WhatsApp y una entrevista radial. En este trabajo focalizamos en los memes sin dejar de atender al nivel de la circulación del sentido. Los gráficos temporales muestran cómo cada discurso surge en un sistema de mediatización diferente (el underground en el caso de Lineras y el de los medios masivos en el caso de Valdés) para después ser procesadas como memes en las redes sociales mediáticas Facebook y Twitter.

Nos detuvimos también en el estatuto de los enunciadores. En el caso de los enunciadores fake, ninguno logró dar el salto hipermediático con sus memes y ser retomados por los medios masivos. Estos últimos no se posicionaron en reconocimiento y no dieron difusión alguna. Tanto Semánticas del desequilibrio como @petrugenio establecieron una relación intrasistémica con el colectivo comunicacional que habían generado manteniéndose ambos en el sistema de las redes sociales mediáticas. Sin embargo, la dirección comunicacional difiere: en el caso del colectivo fake es descendente y horizontal, dado que habilita el intercambio entre pares (el meme a pedido de uno de los hijos de Lineras), pero también descendente pues ya cuenta con un colectivo de seguidores que recibe sus

memes y chistes y reacciona a ellos. En el caso del @petrugenio, su comunicación es sólo horizontal, es uno más de los enunciadores en Twitter e interactúa con otros.

En cambio, los enunciadores individuales Lineras y Valdés (auténticos, profesionales y categorizados) se configuraron en enunciadores hipermediáticos al dar sus discursos el salto intersistémico. Cada uno con una dirección comunicacional diferente. La circulación del decano es horizontal-ascendente, comienza en el underground y de allí se dispara a las redes y los medios masivos. La intervención de Semánticas como una fase específica de una circulación más compleja le dará su propia dirección al intervenir como enunciador (ver **Gráfico 1 y 2**). En el caso de Valdés, su intervención a través de una radio hace que la dirección comunicacional sea descendente y el salto hipermediático ocurra desde el sistema de los medios masivos a las redes sociales mediáticas.

Cada meme tiene la particularidad de reenviar a objetos engendrados en distintos sistemas de mediatización. En los memes de Lineras su rostro es insertado en escenas de Los Simpson, un programa de televisión creado en el esplendor de la era de los medios masivos y una de las series más vistas de la historia a nivel global. Por su parte, el de Valdés es un remix del meme de Putin, uno de los primeros memes famosos a nivel internacional, un objeto propio de la era contemporánea.

El meme como el resto de las imágenes contemporáneas está sometido a un régimen de indicialidad débil ocasionado por la digitalización, que las hace fácilmente manipulables volviéndose medios de expresión de los enunciadores individuales y colectivos que administran sus propios medios. Y en el marco de las transformaciones en curso el humor ha escapado de la regulación institucional (Fracicelli, 2023) y se convierte en un arma para enunciadores poco poderosos en relación con las encarnaciones institucionales que interpelan.

Esta dimensión del poder –en tanto “efecto de sentido en reconocimiento” (Verón, [1987] 1998, p. 134)– puede ser observado en la construcción y transformación de los colectivos hipermediáticos (**Gráficos 3 y 5**). Estos son colectivos que se producen en el seno de una escena comunicacional contemporánea donde intervienen enunciadores de distinto estatuto y con valoraciones dispares. Escenas que se ven alteradas con la intervención de otros enunciadores que producen giros de sentido. Por ejemplo, el pasaje del alerta (profesional y responsable) del decano a la parodia y la sátira de Semánticas. O la densidad discursiva político-informativa simplificada por el humor remixado.

Por ello, y más allá del vínculo con la agenda mediática, el meme –si es que el término logra suficiente pertinencia académica– debe ser estudiado en su carácter enunciativo e inseparablemente de la circulación de sentido. Su lógica excede la actualidad mediática y la discursividad política por ser la consagración cotidiana en las redes sociales mediáticas del ascenso a la producción discursiva hipermediatizada de enunciadores individuales y colectivos.

4. Bibliografía

- Bitonte, M. y Canedo, N. (16 de agosto de 2023). La política mediatizada en imemes. En M. Bitonte y N. Canedo (mods.) *Mediatización y memes*. Simposio del XI

- Congreso Argentino de Semiótica, Universidad Nacional de las Artes, Buenos Aires, Argentina.
- Bitonte, M. y Siri, L. (2021). Mediatización de la pandemia a través de los memes. No todos los julios son iguales. *Interacción: contactos y vínculos en la sociedad mediatizada antes y después de la pandemia*. Coloquio 20/21 del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM), Rosario.
- Carlón, M. [Semiótica de redes] (10/05/2023). *Desinformación y circulación hipermediática: entre memes y fakes (varios)* [Archivo de video]. YouTube. <https://youtu.be/MPnAFkHKqes>
- _____ (2022a). ¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido de la mediatización contemporánea? *Designis*, 37, 245-253.
- _____ (2022b). A modo de glosario. *Designis*, 37, 255-262.
- _____ (2020a). Entre el poder de los enunciadores y el poder de los discursos. La circulación hipermediática de las imágenes contemporáneas. En J. Ferreyra et al. (orgs.) *Redes, Sociedade e Pólis. Recortes epistemológicos na mediatizacao* (pp. 227-250). RS FACOS UFSM.
- _____ (2020b). *Circulación del sentido y construcción de colectivos. En una sociedad hipermediatizada*. Nueva Editorial Universitaria. <https://acortar.link/LqYurW>
- _____ (2016). *Después del fin. Una perspectiva no-antropocéntrica sobre la post-tvm el post-cine y youtube*. La Crujía.
- _____ (2014). ¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de internet. En F. Rovetto y M. Reviglio (comps.) *Estado actual de las mediatizaciones* (24-42). Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- Dawkins, R. ([1976]1993). *El gen egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta*. Biblioteca científica Salvat: Vol. 5. Salvat.
- Escudero, L. (2021). Memes en recepción. Relatos mediáticos de una época viral. *La trama de la Comunicación*, 25(2), 149-181.
- Fratlicelli (2023). *El humor hipermediático. Una nueva era en la mediatización reidera*. Teseo.
- _____ (2022). Memes y pandemia. Una discusión sobre sus modos de estudio. *Revista Chilena de Semiótica*, 17, 129-150.
- _____ (2021). Enunciación y humor en las redes (o cómo estudiar memes sin perder el chiste). *La trama de la comunicación*, 25(2), 115-129.
- Fomin, I. (2019), Memes, genes, and signs: Semiotics in the conceptual interface of evolutionary biology and memetics. *Semiótica*, 230, 327-340.
- Jost, F. ([2022]2023). *Dígalo con memes. De la parodia al mundo digital*. La Crujía.
- Kilpinen, E. (2008). Memes versus signs: On the use of meaning concepts about nature and culture. *Semiótica*, 1(4), 215-237.
- Knobel, M. y Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities and cultural production. En M. Knobel y C. Lankshear (eds.) *New literacies and digital epistemologies* 29. A new literacies sampler.
- Manovich, L. ([2001] 2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Paidós.
- Mirzoeff, N. ([1999] 2003). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós.
- Pérez Salazar, G. Aguilar Edwards, A. y Guillermo Archilla, M. (2014). El meme en internet: Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75), 79-100.

- Rozé Pratesi, E. (2022). Memes de la política chaqueña en el período 2019-2020. Acercamientos a un nuevo discurso de circulación social en la región. *Ñeatá*, 3, 16-26.
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.
- Siri, L. (16 de agosto de 2023). Memes de internet: más allá de la fidelidad. En Bitonte y Canedo (mods.) *Mediatización y memes*. Simposio del XI Congreso Argentino de Semiótica, Universidad Nacional de las Artes, Buenos Aires, Argentina.
- Simonetti, P (2021). El virus visible: la pandemia a través de los memes de internet. Una aproximación al caso de Uruguay. *Estudios de Teoría Literaria*, 10(2), 67-81.
- Slimovich, A (2012). El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri. En Carlón y Fausto Neto (comps.) *La Política de los Internautas. Nuevas formas de participación* (pp. 137-154). Editorial La Crujía.
- Solá-Morales, S. (2020). Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la COVID-19. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 25(49), 33-58.
- Verón, E. (2013). *La Semiosis Social 2. Ideas, Momentos e Interpretantes*. Paidós.
- _____. ([1987]1998). *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.

Notas

[1] Recibido 15 de octubre de 2023. Aceptado 02 de febrero de 2024

[2] Becario de pregrado de la UNNE por el Instituto de Investigaciones en Comunicación Social (IComS), licenciándose en Comunicación Social (tesis presentada y en instancia de evaluación), Técnico en Periodismo. Correo: Inicosilva@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-7677-8841>